



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

**Identidad corporativa de La Posada del Mirador y la percepción en
consumidores del distrito de Barranco, Lima, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:

Borja Cotrina, Wendy Paola (ORCID: 0000-0001-8524-057X)

ASESOR:

Dr: Apaza Quispe, Juan (ORCID: 0000-0002-1157-7185)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**Arte visual y sociedad: Investigación de Mercados en el Ámbito de la Comunicación
gráfica, Imagen Corporativa y Diseño del Producto**

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis Padres y hermana, por su apoyo incondicional, por su motivación constante en todo momento, a mis amigos quienes siempre me ayudaron en todo momento dándome fuerzas para nunca rendirme.

AGRADECIMIENTO

A mis profesores y asesores, Juan Apaza Quispe, por brindarme su apoyo en todo momento, al profesor, Miguel Cornejo , por la paciencia, apoyo para guiarme, por brindarme conocimientos importantes, a mi familia por enseñarme el valor de la perseverancia y esfuerzo y a mis amigos por su apoyo incondicional y palabras de alientoⁱⁱⁱ constantemente.

Índice

Carátula

Dedicatoria.....ii

Agradecimiento.....iii

Página del Jurado.....iv

Declaratoria de autenticidad.....v

Índice.....vi

RESUMEN.....ix

ABSTRACT.....x

I. INTRODUCCIÓN

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación.....18

2.2. Operacionalización de variables.....18

2.3. Población muestra y muestreo.....22

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....23

2.5. Métodos de análisis de datos.....25

2.6. Análisis inferencial.....39

2.7. Aspectos éticos.....45

III. RESULTADOS

IV. DISCUSIÓN

V. CONCLUSIONES

VI. RECOMENDACIONES

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.....50

Anexo 2: Matriz de Operacionalización.....53

Anexo 3: Instrumentos.....55

Anexo 4: Validación de los instrumentos.....56

Anexo 5: Data.....	59
Anexo 6: Producto (brief, manual, diseños)	60
Anexo 7: Registro de campo.....	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de variables.....	18
Tabla 2: Operacionalización de variable X.....	20
Tabla 3: Operacionalización de variable Y.....	21
Tabla 4: Prueba Binomial.....	24
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad.....	25
Tabla 6: Tabla de frecuencia pregunta 1.....	26
Tabla 7: Tabla de frecuencia pregunta 2.....	27
Tabla 8: Tabla de frecuencia pregunta 3.....	28
Tabla 9: Tabla de frecuencia pregunta 4.....	29
Tabla 10: Tabla de frecuencia pregunta 5.....	30
Tabla 11: Tabla de frecuencia pregunta 6.....	31
Tabla 12: Tabla de frecuencia pregunta 7.....	32
Tabla 13: Tabla de frecuencia pregunta 8.....	33
Tabla 14: Tabla de frecuencia pregunta 9.....	34
Tabla 15: Tabla de frecuencia pregunta 10.....	35
Tabla 16: Tabla de frecuencia pregunta 11.....	36
Tabla 17: Tabla de frecuencia pregunta 12.....	37
Tabla 18: Tabla de frecuencia pregunta 13.....	38
Tabla 19: Correlación de V1 y V2.....	39
Tabla 20: Correlación de D1 y V2.....	40
Tabla 21: Correlación de D2 y V2.....	41
Tabla 22: Correlación de D3 y V2.....	42

RESUMEN

El diseño gráfico es una parte fundamental cuando de marcas se habla, ya que es un pilar para comunicar mediante piezas y demás lo que una entidad quiere comunicara a su público, es por ese motivo que la presente investigación se desarrolla la identidad corporativa de La Posada del Mirador y la percepción en consumidores del distrito de Barranco- 2019 .

El presente estudio presenta una metodología de diseño no experimental por el motivo de que no se manipula ninguna de las dos variables, de la misma forma la investigación es transaccional, porque se juntó todos los datos necesarios en un solo tiempo, mientras que en nivel de estudio es correlacional, ya que busca medir el nivel de relación entre ambas variables, así mismo se contó con una muestra de 267 consumidores, esta investigación se aplicó en el distrito de Barranco. Se utilizó como instrumento un cuestionario que conste de 13 preguntas y 5 opciones de respuestas para marcar basada en la escala de Likert, Cabe resaltar que el instrumento fue validado por expertos y analizados según la prueba de fiabilidad de alfa de cronbach dando como resultado ,802 lo cual presenta una fiabilidad alta. Se elaboraron análisis estadísticos en el programa IBM SPSS 25, los cuales arrojaron los resultados que, si existe relación entre la identidad corporativa y la percepción, dando por confirmada la hipótesis general.

Palabras Clave:

Manual de identidad corporativa, Tipografía, Papelería.

ABSTRACT

Graphic design is a fundamental part when talking about brands, since it is a pillar to communicate through pieces and others what an entity wants to communicate to its audience, it is for this reason that this research develops the corporate identity of La Posada of the Mirador and the perception in consumers of the district of Barranco- 2019.

The present study presents a non-experimental design methodology for the reason that neither of the two variables is manipulated, in the same way the research is transactional, because all the necessary data was gathered in a single time, while at the level of This study is correlational, since it seeks to measure the level of relationship between the two variables, as well as a sample of 267 consumers, this research was applied in the district of Barranco. A questionnaire consisting of 13 questions and 5 response options to mark based on the Likert scale was used as an instrument. It should be noted that the instrument was validated by experts and analyzed according to the cronbach alpha reliability test, resulting in 802 which presents a high reliability. Statistical analyzes were prepared in the IBM SPSS 25 program, which yielded the results that, if there is a relationship between corporate identity and perception, confirming the general hypothesis.

Keywords:

Corporate identity manual, Typography, Stationery